

### BAB III

#### TINJAUAN TEORITIS

##### A. Pengertian Pelayanan

Istilah pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “*service*” Moenir mendefinisikan “pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.”<sup>1</sup>

Moenir menyatakan bahwa proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan. Jadi dapat dikatakan pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.<sup>2</sup>

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia.<sup>3</sup>

Sampara Lukman pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan

---

<sup>1</sup> Moenir, A. S, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 26-27

<sup>2</sup> *Ibid*

<sup>3</sup> Sinambela, L. P, *Reformasi Pelayanan Publik;Teori,Kebijakan dan Implementasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), h. 3

menyediakan kepuasan pelanggan.<sup>4</sup>

Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.<sup>5</sup>

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan.<sup>6</sup>

Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka Tjiptono menerangkan strategi kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.

---

<sup>4</sup> Sampara Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta: STIA LAN Press, 2000), h. 5

<sup>5</sup> Ratminto, Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 2

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 140

2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum
3. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
4. Implementasi, adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.<sup>7</sup>

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.

Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*Intangible*). Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa

---

<sup>7</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h. 140

pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan.

Pelayanan merupakan kegiatan utama pada orang yang bergerak di bidang jasa, baik itu orang yang bersifat komersial ataupun yang bersifat non komersial. Namun dalam pelaksanaannya terdapat perbedaan antara pelayanan yang dilakukan oleh orang yang bersifat komersial yang biasanya dikelola oleh pihak swasta dengan pelayanan yang dilaksanakan oleh organisasi non komersial yang biasanya adalah pemerintah. Kegiatan pelayanan yang bersifat komersial melaksanakan kegiatan dengan berlandaskan mencari keuntungan, sedangkan kegiatan pelayanan yang bersifat non- komersial kegiatannya lebih tertuju pada pemberian layanan kepada masyarakat (layanan publik atau umum) yang sifatnya tidak mencari keuntungan akan tetapi berorientasikan kepada pengabdian.

Dari definifi tersebut dapat dimaknai bahwa pelayanan adalah aktivitas yang dapat dirasakan melalui hubungan antara penerima dan pemberi pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan.

Lima karakteristik yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, yaitu;

1. *Responsivness* (daya tanggap) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
2. *Reliability* (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
3. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan

terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

4. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.<sup>8</sup>

## **B. Peranan Pelayanan**

Peranan pelayanan adalah sangat penting dalam menentukan kualitas jasa, maka setiap perusahaan memerlukan *service excellence*. Menurut Fandy Tjiptono menyatakan bahwa *service excellence* atau pelayanan yang unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Secara garis besar menurut Fandy Tjiptono (2001: 21) ada empat unsur pokok dalam konsep ini :

1. Kecepatan
2. Ketepatan
3. Keramahan
4. Kenyamanan

Tingkat *excellence* dapat dicapai dengan cara setiap karya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperhatikan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik

---

<sup>8</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), Ed. 1, h. 26

tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagi lainnya, mampu berkomunikasi yang baik, bisa memahami bahasa isyarat pelanggan dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara professional. Perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar, bila hal tersebut dapat dilakukan.

Fandy Tjiptono menjelaskan tentang strategi meningkatkan kualitas jasa sebagai berikut:<sup>9</sup>

### **1. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Jasa**

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dilihat dari sudut pandang pelanggan. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar/sasaran. Langkah berikutnya adalah memperkirakan penilaian berdasarkan determinan- determinan tersebut. Dengan demikian dapat diketahui posisi relative perusahaan di mata pelanggan dibandingkan dengan pesaing, sehingga perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan- determinan utama berdasarkan persepsi pelanggan.

### **2. Mengelola harapan pelanggan**

Tidak jarang suatu perusahaan membuat promosi yang berlebihan kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpicu. Hal ini dapat menjadi boomerang bagi perusahaan jika perusahaan tidak dapat memenuhi janji sesuai dengan apa yang

---

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 88

telah dipromosikan. Semakin banyak janji yang diberikan maka semakin besar pula harapan pelanggan terhadap perusahaan. Peluang untuk tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan pun semakin besar. Perusahaan tidak perlu memberikan janji yang tidak realistis untuk diwujudkan namun lebih baik dapat memberi lebih dari apa yang dijanjikan.

### **3. Mengembangkan budaya kualitas**

Budaya kualitas harus dijadikan sistem nilai organisasi yang akan menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, harapan untuk meningkatkan kualitas. Agar tercipta budaya kualitas yang baik dibutuhkan komitmen menyeluruh pada seluruh anggota organisasi.

### **4. Mengembangkan system informasi kualitas jasa**

Sistem informasi jasa merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam riset secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa guna mendukung pengambilan keputusan informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan dan pelanggan.

Menurut Ahmad Batinggi terdapat tiga jenis layanan yang bisa dilakukan oleh siapapun, yaitu:<sup>10</sup>

#### **1. Layanan dengan lisan**

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang

---

<sup>10</sup> Batinggi, Ahmad, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: STIA LAN, 1998), h. 21

Hubungan Masyarakat ( HUMAS ), bidang layanan Informasi, dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan yaitu:

- a. Memahami masalah-masalah yang termasuk ke dalam bidang tugasnya.
- b. Mampu memberikan penjelasan apa yang diperlukan, dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
- c. Bertingkah laku sopan dan ramah

## 2. Layanan dengan tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam melaksanakan tugas. Sistem layanan pada abad Informasi ini menggunakan sistem layanan jarak jauh dalam bentuk tulisan.

Layanan tulisan ini terdiri dari 2 (dua) golongan yaitu, berupa petunjuk Informasi dan yang sejenis ditujukan kepada orang-orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga pemerintah. Kedua, layanan berupa reaksi tertulis atau permohonan laporan, pemberian/ penyerahan, pemberitahuan dan sebagainya. Adapun kegunaannya yaitu:



- a. Memudahkan bagi semua pihak yang berkepentingan.
  - b. Menghindari orang yang banyak bertanya kepada petugas
  - c. Mamperlancar urusan dan menghemat waktu bagi kedua pihak, baik petugas maupun pihak yang memerlukan pelayanan.
  - d. Menuntun orang ke arah yang tepat
3. Layanan dengan perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan dilakukan oleh petugas-petugas yang memiliki faktor keahlian dan ketrampilan. Dalam kenyataan sehari-sehari layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan jadi antara layanan perbuatan dan lisan sering digabung. Hal ini disebabkan karena hubungan pelayanan secara umum banyak dilakukan secara lisan kecuali khusus melalui hubungan tulis yang disebabkan oleh faktor jarak.

Kasmir dalam Harbani Pasolong, mengatakan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan.<sup>11</sup> Sementara itu Gerson dalam Harbani Pasolong, menyatakan pengukuran kualitas internal memang penting, tetapi semua itu tidak ada artinya jika pelanggan tidak puas dengan yang diberikan. Untuk membuat pengukuran kualitas lebih berarti dan sesuai, “tanyakan” kepada pelanggan apa yang mereka inginkan, yang bisa memuaskan mereka.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Harbani, Pasolong, *Kepemimpinan Birokrasi*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), h. 133

<sup>12</sup> *Ibid*

Pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat menurut Moenir adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

1. Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadangkala dibuat-buat
2. Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau hal-hal yang bersifat tidak wajar.
3. Mendapatkan perlakuan yang sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama, tertib, dan tidak pandang bulu.
4. Pelayanan yang jujur dan terus terang, artinya apabila ada hambatan karena suatu masalah yang tidak dapat dielakkan hendaknya diberitahukan, sehingga orang tidak menunggu-nunggu sesuatu yang tidak jelas.

Menurut Gasper karakteristik atau atribut yang harus diperhitungkan dalam perbaikan kualitas jasa pelayanan ada 10 (dimensi), antara lain sebagai berikut:<sup>14</sup>

1. Kepastian waktu pelayanan  
Ketetapan waktu yang di harapkan berkaitan dengan waktu proses atau penyelesaian, pengiriman, penyerahan, jaminan atau garansi, dan menanggapi keluhan.
2. Akurasi pelayanan  
Akulturasi pelayanan berkaitan dengan reabilitas pelayanan, bebas dari

---

<sup>13</sup> Moenir *Op., Cit.*, h. 41-44

<sup>14</sup> Gaspersz, V, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 2

kesalahan-kesalahan.

3. Kesopanan dan keramahan

Dalam memberikan pelayanan personil yang berada di garis depan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan harus dapat memberikan sentuhan pribadi yang menyenangkan. Sentuhan pribadi yang menyenangkan tercermin melalui penampilan, bahasa tubuh dan tutur bahasa yang sopan, ramah, lincah dan gesit.

4. Tanggung jawab

Bertanggung jawab dalam penerimaan pesan atau permintaan dan penanganan keluhan pelanggan eksternal.

5. Kelengkapan

Kelengkapan pelayanan menyangkut lingkup (cakupan) pelayanan ketersediaan sarana pendukung.

6. Kemudahan mendapatkan pelayanan

Kemudahan mendapatkan pelayanan berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani dan fasilitas yang mendukung.

7. Pelayanan pribadi

Pelayanan pribadi berkaitan dengan ruang/tempat pelayanan kemudahan, ketersediaan, data/Informasi dan petunjuk-petunjuk.

8. Variasi model pelayanan

Variasi model pelayanan berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola baru pelayanan.

9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan

Kenyamanan pelayanan berkaitan dengan ruang tunggu/tempat pelayanan, kemudahan, ketersediaan data dan Informasi dan petunjuk-petunjuk.

10. Atribut pendukung pelayanan

Yang dimaksud atribut pendukung pelayanan dalam hal ini adalah sarana dan prasarana yang di berikan dalam proses pelayanan.

### **C. Faktor-faktor Pendukung Pelayanan**

Menurut Moenir Pelayanan Umum tersebut dapat mempengaruhi pelayanan, adapun faktor-faktor tersebut adalah:

1. Faktor kesadaran

Adanya kesadaran dapat membawa seseorang kepada keikhlasan dan kesungguhan dalam menjalankan atau melaksanakan suatu kehendak. Kehendak dalam lingkungan organisasi kerja tertuang dalam bentuk tugas, baik tertulis maupun tidak tertulis, mengikat semua orang dalam organisasi kerja. Karena itu dengan adanya kesadaran pada pegawai atau petugas, diharapkan dapat melaksanakan tugas dengan penuh keikhlasan, kesungguhan dan disiplin. Kelebihan dan tingkah laku orang lain jika disadari lalu dikembangkan dapat menjadi faktor pendorong bagi kemajuan dan keberhasilan.

## 2. Faktor aturan

Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Makin maju dan majemuk suatu masyarakat makin besar peranan aturan dan dapat dikatakan orang tidak dapat hidup layak dan tenang tanpa aturan. Oleh karena itu aturan demikian besar dalam hidup masyarakat maka dengan sendirinya aturan harus dibuat, dipatuhi, dan diawasi sehingga dapat mencapai sasaran sesuai dengan maksudnya. Dalam organisasi kerja dibuat oleh manajemen sebagai pihak yang berwenang mengatur segala sesuatu yang ada di organisasi kerja tersebut. Oleh karena setiap orang pada akhirnya menyangkut langsung atau tidak langsung kepada orang, maka masalah manusia serta sifat kemanusiaannya harus menjadi pertimbangan utama. Pertimbangan harus diarahkan kepada sebagai subyek aturan, yaitu mereka yang akan dikenai aturan itu.

## 3. Faktor organisasi

Organisasi pada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya, namun ada perbedaan sedikit dalam penerapannya, karena sasaran pelayanan ditujukan secara khusus, kepada manusia yang mempunyai dan kehendak multikompleks, kepada manusia yang mempunyai dan kehendak multikompleks. Oleh karena itu organisasi yang dimaksud disini tidak semata-mata dalam perwujudan susunan organisasi, melainkan lebih banyak pada pengaturan dan mekanisme

kerjanya yang harus mampu menghasilkan pelayanan yang memadai.

4. Faktor pendapatan

Pendapatan adalah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga, dana, serta pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan/organisasi, baik dalam bentuk uang, maupun fasilitas, dalam jangka waktu tertentu. Pada dasarnya pendapatan harus dapat memenuhi kebutuhan hidup baik untuk dirinya maupun keluarganya.

5. Faktor kemampuan dan keterampilan

Kemampuan yang dimaksud disini adalah keadaan yang ditunjukkan pada sifat atau keadaan seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan atas ketentuan-ketentuan yang ada. Istilah yang “kecakapan” selanjutnya keterampilan adalah kemampuan melaksanakan tugas atau pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan pengetahuan kerja yang tersedia. Dengan pengertian ini dapat dijelaskan bahwa keterampilan lebih banyak menggunakan unsur anggota badan dari pada unsur lain.

6. Faktor sarana pelayanan

Sarana pelayanan yang dimaksud disini adalah segala jenis pelayanan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu. Fungsi sarana pelayanan itu antara lain:

- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
- b. Meningkatkan produktivitas, baik barang maupun jasa.
- c. Kualitas produk yang lebih baik.
- d. Kecepatan susunan dan stabilitas terjamin.
- e. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
- f. Menimbulkan perasaan puas orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.

#### **D. Pengertian Minat**

Bimo Walgito menjelaskan minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.<sup>15</sup> W. S Winkel mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.<sup>16</sup>

Sumadi Suryabrata definisi minat adalah “Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar

---

<sup>15</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Fakultas Psikologi UGM: Yogyakarta, 1981, hlm. 38

<sup>16</sup> Winkel. W.S, *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*, PT. Gramedia: Jakarta, 1983, hlm. 38

minatnya.<sup>17</sup>

Minat dapat diartikan sebagai “Kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan”. Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan Sardiman A.M, minat adalah “Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya”.<sup>18</sup>

Slameto minat adalah “Kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan”. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.<sup>19</sup> Sedangkan menurut Djaali mengatakan bahwa “Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu”.<sup>20</sup>

Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung didalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek.

---

<sup>17</sup> Suryabrata, Sumadi, *Psikologi Pendidikan*, PT. Grafindo Perkasa Rajawali: Jakarta, 2002, hlm. 68

<sup>18</sup> A M. Sardiman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2006, hlm. 32

<sup>19</sup> Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003, hlm.57)

<sup>20</sup>Djaali dan M. Pudji, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*, Jakarta: Grasindo, 2007, hlm.122



Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut.

Dimiyati Mahmud, yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
3. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.<sup>21</sup>

Bimo Walgito, menyatakan bahwa “Minat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang timbulnya dari dalam individu sendiri tanpa pengaruh dari luar. Minat ekstrinsik adalah minat yang timbul karena pengaruh dari luar”. Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Dimiyati Mahmud, *Psikologi Pendidikan suatu Pendekatan Terapan*, Yogyakarta: BPFE, 2001, hlm. 56

<sup>22</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta. Andi, 1999, hlm. 35



Pelayanan dimulai dengan proses pengembangan diri yang dimulai dari hati yang tulus dan ikhlas dalam menjalankan tugas. Pengembangan dari hati dapat dilakukan dengan beberapa cara. Pertama dengan silah qawiyah billah yaitu menjaga hubungan yang kuat dengan Allah swt. Salah satu caranya adalah melalui ibadah-ibadah nafilah, dengan memperbanyak shalat malam, shaum sunah, membaca Al-Qur'an, dan muhasabah (introspeksi ada hubungan yang kuat dengan Allah swt. Silah qawiyah ini telah dilakukan secara konsisten dan teratur, maka harus terjabarkan dalam hubungan yang baik antar individu orang-orang beriman. Untuk membina hubungan yang baik antar sesama muslim perlu dilakukan tindakan-tindakan yang nyata.<sup>26</sup>

Kedua, melaksanakan atau memperhatikan hak-hak sesama muslim (*haqqul muslim*). Dalam hadits dikatakan, sesama muslim jika bertemu mengucapkan salam, jika diundang memenuhinya, jika sakit menjenguk, jika meninggal dunia diantarkan ke kuburnya, dan sebagainya. Tidak mungkin dapat dibina kesatuan umat tanpa didahului dengan upaya menjalin silaturahmi.<sup>27</sup> Tidak dapat berbicara dalam tataran yang tinggi tentang kesatuan umat dan kesatuan jamaah, tanpa harus merealisasikan dalam praktik kehidupan keseharian karena bagaimana pun, *ukhuwah Islamiah* merupakan hasil sebuah proses yang dilakukan terus-menerus dengan upaya nyata.

---

<sup>26</sup> Didin Hafidhuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 65

<sup>27</sup> *Ibid*

Kata zalim sering disamakan dengan aniaya adalah setiap perbuatan manusia yang melanggar norma agama. Bahkan banyak perbuatan bersekala kecil yang disebut zalim, termasuk kepada diri sendiri. Oleh sebab itu maka kita diajari untuk senantiasa, dan setiap saat, mengakui sikap zalim kita sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabiullah Adam As, dengan ucapannya dalam Al-Quran pada surat Al-‘araf ayat 23:

﴿لَا إِلٰهَ إِلَّا هُوَ ۚ الْحَيُّ الْقَيُّومُ ۚ لَا تَأْخُذُهُ سِنَةٌ وَلَا نَوْمٌ ۚ لِمَنۢ فِي السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ عِشْرُونَ سَاعَةً ۗ يَوْمَ لَا يَكْفُرُ لِكَذِبِهِ شَاۜئِرٌ ۚ لَئِنۢ سَأَلْتَهُنَّ خَلْقَ بَشَرٍ مِّثْلَ نَارٍ لَّيَقُولُنَّ إِنَّمَا كُنَّا نَعْبُدُهُنَّ لِمَنۢ لَّدُنَّ يَخْلُقُ الْبَشَرَ مِنۢ نَّارٍ مَّهِينَةٍ ۚ أَلَمْ نَجْعَلِ لَكَ نُجُومًا كَوَافِرًا ۗ إِنۢ مَّا جَاءَكَ مِنۢ بَشَرٍ مِّثْلَ نَارٍ فَلَا تَكْفُرْ لَآ إِلٰهَ إِلَّا هُوَ ۚ عِندَ رَبِّكَ عِزٌّ مُّجِيبٌ ۗ﴾

Artinya; “Ya Tuhan kami, kami telah menganiaya diri kami sendiri, dan jika Engkau tidak mengampuni kami dan memberi rahmat kepada kami, niscaya pastilah kami termasuk orang-orang yang merugi”.<sup>28</sup>

Pelayanan merupakan profesi yang sesungguhnya dapat berperan dalam menunjukkan cita rasa tolong-menolong dan persahabatan sering memperlihatkan wajah yang tidak etis, karena ada unsur perebutan kesempatan. Dizaman modern seperti sekarang dimana kegiatan dan skala bisnis dunia telah begitu besar dan menembus batas Negara, Didin Arifuddin juga menyatakan bahwa setiap bisnis yang mengabaikan etika atau pertimbangan moral dapat menyebabkan bahaya yang dahsyat bagi masyarakat, bahkan dia dapat berlaku sangat eksploitatif.<sup>29</sup>

Seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dengan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan Kemampuannya, maka akan melahirkan hal-hal yang optimal.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Depertemen Agama RI, *Ibid.* h, 320

<sup>29</sup> Didin Hafidhuiddin & Hendri Tanjung, *Op. Cit.* h. 65

<sup>30</sup> Faisal Badroen, dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 45

Profesionalisme dalam pelayanan akan dapat dibangun jika tercipta budaya yang kondusif. Ada hubungan yang erat antara budaya dengan profesionalisme. Seseorang akan bekerja dengan sungguh-sungguh sebagai seorang profesional, jika ia memang berada dalam suasana kerja yang banyak dijumpai saat ini adalah suasana yang menakutkan dan mencekam, baik di perusahaan maupun di pabrik-pabrik. Seorang bawahan memandang pemimpinnya seperti melihat sosok orang yang tidak pernah bersahabat.

Firman Allah SWT.<sup>31</sup> Nabi Ibrahim As, sangat menghormati tamunya, dan memberikan pelayanan terbaik terhadap tamunya, sebagai seorang pemimpin dan pramu niaga sudah semestinya memberikan pelayanan yang terbaik terhadap para pelanggan atau konsumen.

Akhir-akhir ini kita melihat banyak terjadi ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku bisnis, antara atasan dan karyawan, yang mana pimpinan tidak memperlakukan karyawan dengan baik, sementara karyawan tidak memperlakukan pelanggan atau konsumen dengan baik. Karena hubungan yang ada adalah hubungan bawahan dan atasan.

Seorang pemimpin yang mengalami hal seperti itu adalah pemimpin yang tidak pernah mencoba membangun hubungan yang bersifat horizontal. Ia tidak menyadari bahwa seorang bawahan juga merupakan seorang manusia yang memiliki perasaan, kebutuhan, dan kehormatan.

---

<sup>31</sup> *Ibid*

Untuk mencairkan suasana, ada satu budaya sikap yang sangat baik untuk dibiasakan, yaitu sikap *tabassum* (tersenyum). Senyum merupakan sesuatu yang kurang pada diri manusia saat ini. Jika seorang pemimpin memiliki wajah yang selalu cemberut dan menunjukkan wajah yang banyak masalah, maka hal itu akan memberi pengaruh kepada bawahan. Maka seorang pemimpin harus selalu memberikan yang terbaik untuk karyawannya, maka karyawan akan memberikan yang terbaik untuk pimpinannya, dalam sebuah Firman Allah SWT, menjelaskan bahwa kita selalu menjaga hak-hak setaip mukmin tersebut. Dalam surat Al-An'am ayat 58.



Artinya; “Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang yang mukmin dan mukminat tanpa kesalahan yang mereka perbuat, Maka Sesungguhnya mereka Telah memikul kebohongan dan dosa yang nyata”<sup>32</sup>

Memberikan layanan kepada para konsumen hendaknya kita berikan yang terbaik karena itu akan membuat konsumen merasa nyaman dan mendapat bantuan jika mereka mangalami kesulitan. Karena pelayanan yang terbaik itu yang akan membuat konsumen senang, mereka merasa puas dan mendapat perlakuan yang baik dan diperhatikan dan dipenuhi kebutuhannya.

Namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

1. *Responsivness* (daya tanggap) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan

---

<sup>32</sup> Depertemen Agama RI, *Ibid*, h. 753

promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah Swt telah berfirman:



Artinya; “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. dihancurkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”. (Q.S. Al-Maidah: 1)

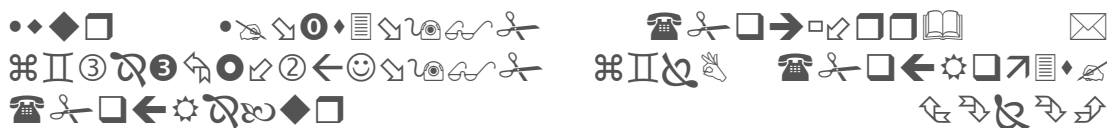
2. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah SWT telah berfirman:



Artinya; “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”(Q.S. Al-Ahzab: 21)

Rasulullah SAW telah mempraktikkan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Karena profesionalitas beliau pada waktu berniaga maupun aktifitas kehidupan yang lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

3. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang terdapat dalam surat Asy-Syu'araa' ayat 181-182 berikut ini;

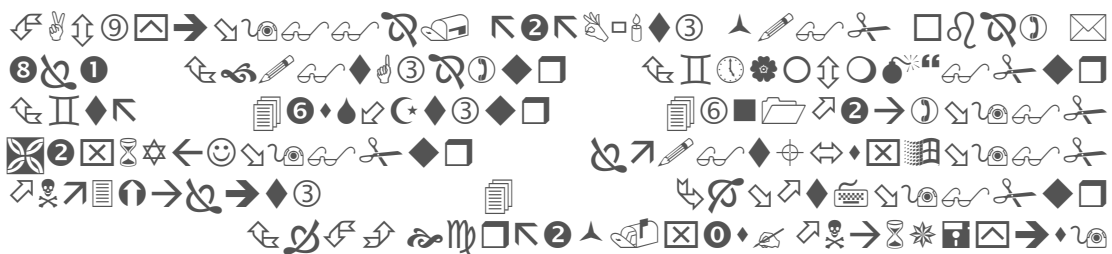






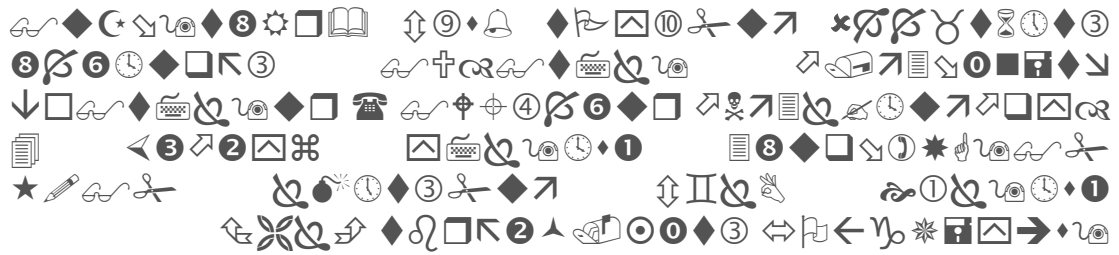
Artinya; “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; dan timbanglah dengan timbangan yang benar.” (Q.S. Asy-Syu’araa’:181-182)

4. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman dalam surat An-Nahl ayat 90 berikut ini;



Artinya; “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. An-Nahl: 90)

5. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar’i. hal ini sebagaimana yang telah Allah Swt Firmankan dalam Q.S Al-A’raf : 26:



Artinya; “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”  
(QS. Al-A’raf : 26)

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

b. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah ”menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan

dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.<sup>33</sup>

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah.

---

<sup>33</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Perss, 1997), h.178